

Economia

Agenzia entrate
Pratiche online
8.000 contatti

BOLZANO — Assistenza sprint non solo per gli intermediari. Civis mette il turbo e il dialogo col Fisco corre sul web anche per 8.000 altoatesini iscritti al servizio telematico Fisconline, che possono richiedere assistenza dal pc di casa, senza

attese ag
Bolzano.
successo
l'assisten

Il manager Parla il bolzanino a capo della Maserati a Hong Kong: «Qui la crisi fa meno paura»

«Italia alla conquista della Cina»

Fabbiani: l'Alto Adige esporti lo sci e la tecnologia alpina

L'iscrizione al network Südstern: «Passaparola tra noi emigrati: offerti notizie della nostra terra e molti utili contatti»

BOLZANO — La rete Südstern continua a crescere. Nel 2010 il network telematico che riunisce imprenditori e manager di origine altoatesina sparsi per il mondo ha superato i 1.200 soci (+ 60%) rispetto al 2008. Si tratta di operatori finanziari, commerciali, ingegneri, designer, architetti, professionisti di vario genere che lavorano all'estero (in media da 13 anni) e che, inevitabilmente, hanno nostalgia di casa. Più di metà di loro sono under 40.

Da un paio d'anni, nella rete sociale Südstern (www.suedstern.org, un mix tra Facebook e LinkedIn), c'è anche Francesco Fabbiani, emigrato di prima generazione, oggi professionista di successo tra i grattacieli di Hong Kong. Classe 1971, Fabbiani è responsabile vendite di Maserati, con competenza su tutto il continente asiatico. Ma nel suo passato ci sono anche Ducati, Lamborghini e Binda Group (Breil e D&G Time and Jewels). Sempre nell'ambito commerciale del lusso, sempre in Asia. Emiliano di origine, è altoatesino d'adozione e, soprattutto, per scelta: «Sono legato a doppio filo con l'Alto Adige, fin dall'infanzia; per le vacanze, per lo sport per la natura e, infine, per amore. Oggi mia moglie e i miei figli stanno a Bolzano, dove vivo anch'io, un paio di settimane ogni due mesi, quando torno in Italia. È una città in cui mi trovo benissimo».

Come ha conosciuto la rete Südstern e perché ha così tanto successo?

«È stato un passaparola tra amici "emigrati" come me. Poi ho partecipato, a Natale, a un evento organizzato a Bolzano e sono entrato ufficialmente nella rete. È un po' come un social network: da un alto il sito di Südstern offre uno spaccato di vita altoatesina, dall'altro si riescono a fare tante conoscenze utili. Debo ammettere che c'è una componente nostalgica. Ma non serve solo a andare a mangiare due canederli assieme, ciò che conta è la condivisione delle esperienze, soprattutto professionali. Ho tanti amici sudtirolesi giovani, in

Le similitudini

«Le Dolomiti spesso sono conosciute solo di fama. È un peccato, perché italiani e cinesi hanno molte cose in comune»

Le esportazioni

«Nei top brand del lusso la maggioranza è del nostro Paese. Il presente è roseo, il futuro dipende da noi. Facciamo ancora poco»

Altoatesino

Francesco Fabbiani con la famiglia, sullo sfondo l'altipiano dello Sciliar e le Dolomiti

gamba e dinamici che hanno capito le grandi potenzialità dei nostri prodotti. Due di loro, Simon Karner e Robert Marchio, hanno creato un'azienda ponte tra Italia e Asia: si chiama Shanghai to Milan».

È conosciuto l'Alto Adige in Oriente? O è meglio parlare di Dolomiti?

«Posso dire che io faccio un'ottima pubblicità al territorio. Chi conosce l'Italia, sa cosa sono le Dolomiti. Che però restano spesso montagne più "sorvolate" in aereo che realmente visitate. Ma penso che tra enogastronomia, turismo e tecniche invernali, ci sia un grande spazio da esplorare in tutti e due i sensi. Italiani e cinesi, infatti, sono molto più simili culturalmente di quanto si possa credere: dalla tradizione millenaria alla struttura eco-

nomica familiare, dal valore stesso della famiglia all'importanza dell'alimentazione. Sono culture affini, da sfruttare economicamente».

Il baricentro dell'economia mondiale si sta rapidamente spostando verso la Cina. Quali sono i riverberi della crisi delle economie occidentali sui mercati asiatici?

«La crisi per Maserati in Asia non esiste. Come non esiste l'ansia che si vede dalle nostre parti. I mercati qui sono schizofrenici, salgono e scendono continuamente. E di crisi ne hanno viste parecchie. Sono meno sensibili al tema, sono più pronti a subirle e a ripartire. Diciamo che, in materia, sono più flessibili».

Il made in Italy, soprattutto nei grandi marchi del lusso come Maserati, è ancora garanzia di successo. Sarà così anche in futuro? Verso che tipo di mercato ci si sta muovendo?

«Nei top brand del lusso, la maggioranza sono italiani. E questo è tutto dire. Il presente è roseo, il futuro dipenderà da noi. Io vedo come si comportano le altre nazioni come Germania e Francia, ad esempio. E so che l'Italia non s'impegna abbastanza. Per fortuna l'Italia è fatta di tanti piccoli imprenditori che sanno cogliere le opportunità. Ma manca il coordinamento, basti pensare all'Expo di Shanghai in corso (70 milioni di visitatori attesi, il 90% dei quali cinesi). I prossimi 30 anni offriranno possibilità a ripetizione e sarebbe stupido spreccarle. Credo, ad esempio, che l'industria dello sci in Cina, oggi ancora embrionale, sia una grande chance per l'eccellenze altoatesine del settore».

Questa una delle tante esperienze Südstern, una piattaforma in continuo sviluppo che per il futuro punta a una divisione in vari "pianeti", ossia universi tematici, per rendere ancora più legato alle singole professioni e competenze il servizio offerto: si partirà con il pianeta hi.tech ed engineering, per continuare con medicina, tecnologie e altro ancora: «Ma non abbiamo fretta — fanno sapere da Südstern — quello che conta per noi è il risultato nel medio-lungo periodo. Non siamo interessati a forum estemporanei che partono ma che poi non durano».

Giacomo Valtolina

